

MERCHANDISING ET E-MERCHANDISING

Digitalisation, innovation produit, UX... : comment réinventer votre linéaire pour séduire les consommateurs

27/09/2018 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Le rendez-vous annuel LSA dédié au merchandising online comme offline, réunissant les décideurs de la grande distribution et industriels
- Les leviers pour optimiser votre visibilité et proposer une offre attractive et revalorisée
- Comment perfectionner votre e-merchandising et optimiser votre taux de transformation
- NOUVEAU : Participez à un workshop sur le merchandising de demain, parrainé par un décideur de la distribution

Avec la présence exceptionnelle de

- **BIZOT Morgane**
Responsable cellule category development
FLEURY MICHON
- **BOURCIER Sandrine**
Directrice digital et merchandising
LA MARTINICAISE
- **CONTORNI Daniel**
Global Artistic Director Concept Design & Architecture
GROUPE L'OCCITANE
- **SERGENT Julien**
Responsable merchandising national

Journée animée par Florence Bray,
Rédactrice en chef adjoint de LSA

Programme soumis à modification

Accueil des participants

RÉINVENTEZ VOTRE LINEAIRE POUR UNE ATTRACTIVITÉ DÉCUPLÉE

TABLE RONDE D'OUVERTURE

– Focus linéaire : comment ré-enchanter votre rayon et s'assurer d'une cohérence entre les différents circuits

- Booster l'attractivité et déclencher l'achat d'impulsion en misant sur l'habillage de son linéaire
- Supermarché, proxi, e-commerce : comment répondre aux spécificités de chaque circuit et garder une cohérence dans sa démarche merchandising
- Fréquence d'achat, moments de consommation, type de produits... quels critères pertinents pour segmenter son offre

LACTEL

- SEURIN Franck
Directeur du développement stratégique
SOLINEST
- VANDENWEGHE Stéphane
Directeur marketing et offre
AUCHAN DRIVE

Qui participe à cet événement

- Distributeurs et industriels de grands groupes et PME, Pure players

Tarifs

- Tarif général _____ 1195,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) _____ 1295,00 €HT

FOCUS – Face à un contexte difficile, miser sur les leviers merchandising est-il indispensable à votre croissance

- Réimplantation, animation, concept... : quel est le réel impact de ces moyens de performance ?
- Comment faire face aux circuits émergents et vous différencier

CONCEPT DE MAGASIN - De la mise en scène d'univers créatifs à la multiplication des tendances shopper, apportez une vraie valeur ajoutée aux consommateurs

- Forgez une identité singulière répondant aux nouvelles attentes des consommateurs
- Quels services différenciants proposer pour faciliter le parcours d'achat
- Storytelling : plongez le client dans un univers narratif interpellant

PAUSE ET NETWORKING

PARTICIPEZ A UN WORKSHOP INEDIT !

WORKSHOP : LSA vous propose pour la 1ère fois une opportunité de co-working et de réflexion autour de problématiques merchandising d'actualité :

- 1/ Storytelling, personnalisation, digital... : comment faire entrer l'émotion dans le magasin et offrir une expérience shopping unique
- 2/ Magasin de demain : quels moyens pour faire converger efficacement offline et online
- 3/ Fiche produit, recherche, promotion... : comment booster vos leviers E-merchandising

COCKTAIL DEJEUNATOIRE

LA REVOLUTION MERCHANDISING ONLINE EN MARCHÉ

FOCUS - E-merchandising : Auchan Drive délivre sa stratégie pour maximiser son taux de transformation

- Vers un bouleversement nécessaire du ciblage traditionnel ? Comment exploiter efficacement la data et l'installer au cœur de sa stratégie pour un ultra-ciblage ?
- Logique de présentation produit, moteur de recherche... : comment perfectionner le user experience

MAGASIN DE DEMAIN : ANTICIPEZ LES TENDANCES

DECRYPTAGE - Quand le shopper prend le pouvoir sur sa consommation, comment réagir et s'adapter aux nouvelles tendances qui se dessinent

- Face à une consommation volume ralentie, comment satisfaire des clients en quête de sens et de qualité
- Personnalisation de l'offre et du service : par quels moyens relever le défi d'exigence perpétuelle du client
- Le hors domicile, nouvel élan de croissance face à une baisse des achats domicile ?

REGARDS CROISES – Miser sur l'innovation pour susciter le désir d'achat : retour sur deux stratégies gagnantes

- Essor de la naturalité, de l'apéritif... : faut-il implanter vos innovations à côté de votre produit phare ou au sein d'un pôle spécifique proche des produits concurrents
- Quels leviers pour mettre en scène vos innovations et développer l'impulsion et les volumes achetés

ALLOCUTION D'OUVERTURE

Réduction des linéaires de caisse : quelles solutions merchandising pour y faire face

Fin de journée
